

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Di era perkembangan teknologi seperti ini telah terjadi perkembangan bisnis yang sangat pesat, khususnya di bidang yang menghasilkan produk kebutuhan sehari-hari. Begitu juga dengan produk makanan yang banyak dijual dimana-mana. Sebuah restoran pun harus mengalami perubahan untuk mengikuti perkembangan ini, mulai dari menerapkan strategi untuk menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar menjadi pelanggan setia.

Suatu bisnis tentu saja tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan yang meningkat, untuk mendapatkan keuntungan yang meningkat inilah diperlukannya suatu strategi, dalam pemasaran sendiri terdapat strategi pemasaran atau marketing mix yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kotler (2008:18) mendefinisikan bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran di dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan.

Bauran pemasaran atau marketing mix terdiri dari empat variabel yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi). Keempat variabel ini sangat menentukan bagaimana produk yang dijual dapat dibeli oleh konsumen ataupun tidak. Karena masing-masing variabel memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan bagaimana produk tersebut akan dijual kepada konsumen.

PT Natural Nusantara (NASA) merupakan salah satu perusahaan yang didirikan oleh Darsono Tan dan menjadi perusahaan terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta dan berdiri pada

tanggal 1 Oktober 2002. NASA merupakan perusahaan asli Indonesia karya anak bangsa yang bergerak dalam bidang distribusi produk Agrokomples berbasis organik, Kesehatan, Kosmetik & Kecantikan, Perawatan Tubuh, dan Home Care berbasis herbal alami, serta Inovasi Teknologi. Produk NASA sendiri didistribusikan lewat stockist-stockist yang tersebar di seluruh Indonesia. Stockist-stockist ini selanjutnya didistribusikan lagi oleh mitra-mitra NASA sebelum dipromosikan ke konsumen atau bisa juga langsung ke stockist untuk membeli barang.

Stockist NASA BG-3005 adalah tempat bagi konsumen dan distributor produk NASA untuk membeli produk-produk NASA di wilayah Tanjung Enim, Kecamatan Lawang Kidul Kabupaten Muara Enim. Pemilik stockist NASA BG-3005 ini adalah Bapak Dede Artiawan yang menjadi stockist NASA sejak tahun 2019 dan memulai bisnisnya menjadi mitra pada tahun 2018. Arti dari BG-3005 adalah BG merupakan kode wilayah provinsi Sumatera Selatan dan 3005 adalah nomor stockist yang terdaftar di perusahaan pusat di Yogyakarta. Mitra NASA stockist BG-3005 ini bertambah setiap bulannya dan menjadikan promosi produk ini pun meningkat dan juga meluas.

Product (produk) menurut Kotler (2005:69) “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi, serta dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Setiap produsen selalu mempunyai tujuan bahwa produk yang dihasilkannya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga terjadi pembelian

Tabel 1.1
Data Penjualan Produk dari Stockist Produk Nasa
Oktober 2019- April 2020

Bulan	Jumlah Produk Terjual
Oktober 2019	201 produk
November	229 produk
Desember	248 produk
Januari 2020	189 produk
Februari	265 produk
Maret	198 produk
April	264 produk

Sumber: Stockist NASA BG-3005

Terlihat dari tabel tersebut data penjualan mengalami naik turun setiap bulannya, tetapi setiap bulannya produk yang terjual rata-rata sekitar 200 produk. Data ini sudah termasuk dari hasil distribusi mitra NASA dan konsumen yang datang langsung ke stockist

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada pemilik Stockist BG-3005 diketahui bahwa adanya permasalahan pada bulan januari 2020 yaitu cargo yang mengangkut produk pesanan di bulan desember 2019 dari perusahaan pusat ke Stockist BG-3005 mengalami keterlambatan, sehingga mengakibatkan penjualan pada bulan januari 2020 mengalami penurunan. Karena sistem bauran pemasaran produk yang diterapkan Stockist adalah menyediakan barang sesuai permintaan konsumen di bulan lalu, dan tidak menyediakan produk yang permintaan konsumennya rendah. Kemudian pada bulan Maret 2020, kembali terjadi penurunan penjualan dikarenakan pada bulan Maret 2020 sedang diterapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) karena munculnya pandemi Covid-19. Untuk melakukan distribusi barang antar pulau dibatasi, sulit untuk melewati akses jalan menuju Stockist. Kebanyakan dari konsumen lebih memilih di rumah, hal ini

menyebabkan penjualan mengalami penurunan karena sepi kunjungan konsumen ke Stockist BG-3005

Untuk bauran pemasaran Price (Harga) dan Place (Tempat/Lokasi) berdasarkan hasil wawancara tidak mengalami kendala selama proses menjalankannya. Sedangkan untuk bauran pemasaran promosi mengalami kendala di pengetahuan distributor/mitra tentang produk yang dijualnya, seringkali distributor/mitra masih bingung dengan manfaat dari produk yang dijualkan sehingga cara penyampaian promosi terhadap calon konsumen menjadi kurang menarik perhatian, dan tidak dapat meyakinkan calon konsumen untuk membeli produknya. Promotion (Promosi) merupakan aktivitas perusahaan untuk mengkomunikasikan suatu produk dan jasa dengan tujuan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli (Wiraguna, 2016:136). Adapun cara untuk mempromosikan suatu produk antara lain dengan cara periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relation*) promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*), cara tersebut merupakan cara promosi yang diterapkan di stockist ini. Akan tetapi bauran pemasaran promosi yang diterapkan di Stockist BG-3005 ini belum sepenuhnya berjalan dengan maksimal

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk memenuhi laporan akhir dengan judul **“Penerapan Sistem Bauran Pemasaran Pada Stockist Produk NASA (PT. Natural Nusantara) BG-3005 Tanjung Enim”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis merumuskan masalah yaitu Bagaimana Penerapan Sistem Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Promosi, dan Saluran Distribusi) pada Stockist Produk NASA (PT. Natural Nusantara) BG-3005 Tanjung Enim ?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis membatasi lingkup pembahasan laporan akhir ini agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada untuk itu penulis hanya membahas tentang “Penerapan Sistem Bauran Pemasaran pada Stockist Produk Nasa (PT. Natural Nusantara) *BG-3005* Tanjung Enim”

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan sistem bauran pemasaran pada stockist produk NASA (PT. Natural Nusantara) *BG-3005* Tanjung Enim

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diambil dari penulisan laporan ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat mengetahui hubungan antara teori yang dipelajari di perkuliahan dengan pengaplikasiannya di lapangan secara langsung dan sebagai media pembelajaran juga menambah wawasan khususnya dalam mata kuliah Manajemen Pemasaran

2. Bagi Perusahaan/Instansi

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan memberikan tambahan informasi bagi perusahaan untuk mengetahui dalam pemasaran yang diberikan

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa dan menjadi sumber referensi dalam melakukan studi kasus lanjutan yang serupa dengan laporan ini.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Stockist Produk NASA (PT. Natural Nusantara) yang berlokasi di Jalan Baturaja No. 123/208 kp. 2 Desa Darmo Kecamatan Lawang Kidul Kabupaten Muara Enim Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana sistem yang diterapkan Bauran Pemasaran pada Stockist Produk NASA (PT. Natural Nusantara) BG-3005 Tanjung Enim

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder seperti penjelasan berikut ini:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang penulis dapatkan dan diolah sendiri oleh penulis langsung dari objeknya yang dalam hal ini adalah Stockist NASA (PT. Natural Nusantara) BG-3005 Tanjung Enim

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan dan data yang telah diolah oleh Stockist NASA (PT. Natural Nusantara) BG-3005 misalnya sejarah singkat perusahaan, tujuan visi dan misi perusahaan, strktur organisasi, dan lainnya.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Ada beberapa metode yang penulis gunakan dalam metode pengumpulan data untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang diteliti dan digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan ini, berikut diantaranya:

1. Riset Lapangan (*Field Research*),

Yaitu riset yang dilakukan untuk mengumpulkan data melalui penelitian di perusahaan secara langsung. Adapun teknik-teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitiannya adalah sebagai berikut

a. Pengamatan (*Observasi*)

Menurut Yusi dan Idris (2009:106), observasi adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data (informasi) yang merupakan tingkah laku nonverbal dari responden dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan dan atau menjawab permasalahan penelitian.

b. Wawancara (*Interview*)

Menurut Yusi dan Idris (2009:108), wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden.

c. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dengan cara menggunakan dokumen-dokumen atau bukti tertulis atau catatan-catatan tertulis perusahaan guna untuk melengkapi penelitian ini.

2. Riset Kepustakaan

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku literatur atau referensi untuk mendapatkan keterangan teoritis sebagai bahan masukan dalam penelitian

1.6 Analisis Data

a. Metode Kualitatif Deskriptif

Metode ini digunakan oleh penulis dalam penyusunan Laporan Akhir ini, dimana metode analisis kualitatif deskriptif ini merupakan uraian dari data referensi baik literature maupun buku-buku yang berhubungan

dengan masalah yang dibahas sehingga dapat diambil suatu kesimpulan yang dapat dijadikan masukan.

Pada data deskriptif, Emzir (2011:3) mengemukakan bahwa data yang dikumpulkan lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambar daripada angka-angka. Hasil penelitian tertulis berisi kutipan-kutipan dari data untuk mengilustrasikan dan menyediakan bukti presentasi. Data tersebut mencakup transkrip wawancara, catatan lapangan, fotografi, dokumen pribadi, dan rekaman-rekaman resmi lainnya.

Metode ini digunakan untuk menyelidiki obyek yang tidak dapat diukur dengan angka-angka ataupun ukuran lain yang bersifat eksak. Penelitian kualitatif juga bisa diartikan sebagai riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Pendekatan ini mendasar pada prosedur logika yang berawal dari proposisi khusus sebagai hasil pengamatan dan berakhir pada suatu kesimpulan (pengetahuan baru) hipotesis yang bersifat umum.